

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada IKM Roti Ohayo, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan matriks IE, posisi Roti Ohayo berada pada sel II dengan total skor IFE sebesar 2,8 dan total skor EFE sebesar 3,17. Posisi ini menunjukkan bahwa Roti Ohayo berada dalam keadaan tumbuh dan membangun. Strategi yang dapat dilakukan berupa pengembangan pasar, pengembangan produk dan penetrasi pasar.
2. Berdasarkan matriks SWOT, strategi yang dapat dilakukan berupa strategi integrasi, strategi intensif dan strategi diversifikasi. Namun setelah dilakukan perhitungan QSPM, strategi utama yang dapat dilakukan Roti Ohayo adalah strategi intensif dengan total skor daya tarik sebesar 6,504.
3. Rekomendasi strategi berdasarkan elemen-elemen pada *Business Model Canvas* yaitu:
 - a. *Key Resource*
 - Mendirikan kios yang berlokasi di pusat kota sehingga mudah dijangkau konsumen
 - Meningkatkan kapasitas produksi agar terpenuhinya seluruh permintaan pelanggan
 - b. *Key Partnership*

Memperkuat kerja sama dengan mitra kerja untuk meminimalisir terjadinya kehilangan pemasok bahan baku

c. *Value Proposition*

Menjaga dan meningkatkan kualitas produk sehingga pelanggan akan lebih puas terhadap produk yang dihasilkan

d. *Customer Segment*

Meningkatkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan supermarket

e. *Channel*

Pemasaran melalui media *online* seperti *instagram*, *website* maupun *youtube*

f. *Customer Relationship*

Pemberian diskon pada waktu tertentu sehingga akan menarik lebih banyak konsumen untuk membeli kembali

6.2 Saran

Beberapa saran yang diperlukan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Perlu dilakukan evaluasi terhadap pencapaian strategi sebelumnya agar dapat menjadi masukan bagi perencanaan strategi selanjutnya.
2. Perlu dilakukan penilaian kinerja secara berkala untuk mengevaluasi pencapaian strategi yang diusulkan.

